



DISCIPLINARE DI COMUNICAZIONE INTERNA ED ESTERNA TRAMITE I CANALI SOCIAL UFFICIALI DEL DIPARTIMENTO DI MEDICINA SPERIMENTALE E CLINICA

Art. 1 - Oggetto e ambito di applicazione

1. Il presente disciplinare stabilisce le modalità, i criteri e le responsabilità per la pubblicazione di notizie riguardanti i docenti (professori ordinari, associati, ricercatori, assegnisti, dottorandi) del Dipartimento di Medicina Sperimentale e Clinica sui canali digitali ufficiali del Dipartimento: sito web, profili social (es. Facebook, Instagram, LinkedIn) gestiti dal Dipartimento.
2. Il disciplinare si applica a tutti i docenti afferenti al Dipartimento e a tutti i contenuti a carattere istituzionale/promozionale in cui essi sono protagonisti, ivi inclusi: nomine, pubblicazioni scientifiche, premi, conferenze, incarichi, partecipazioni a progetti, iniziative in Tv, collaborazione con enti esterni, eventi e iniziative di rilievo anche di rilevanza mediatica;
3. Il disciplinare si inserisce nell'ambito istituzionale ovvero e pienamente nel quadro del Piano di Comunicazione dell'Ateneo 2025-2027 e delle Linee guida dell'Ateneo per i social network.

Art. 2 – Obiettivi

1. Garantire coerenza, qualità e uniformità nel modo in cui il Dipartimento comunica all'esterno le attività di tutti i propri docenti.
2. Contribuire a rafforzare l'identità istituzionale del DMSC e dell'Ateneo, valorizzando la ricerca, la didattica, la terza missione e le eccellenze del Dipartimento nonché le attività di public engagement.
3. Assicurare il rispetto delle normative vigenti relative a privacy, diritti d'immagine, proprietà intellettuale, trasparenza della pubblica amministrazione.
4. Garantire un adeguato coordinamento tra il Dipartimento e l'Ufficio Comunicazione di UniFi, evitando duplicazioni, incoerenze o diffusione di contenuti non autorizzati in ateneo

Art. 3 – Canali e competenze

1. I canali ufficiali del Dipartimento sono:
 - il sito web istituzionale del DMSC;
 - i profili social ufficiali del DMSC (es.: Facebook, Instagram, LinkedIn) – se e quando saranno attivati.
 - tutti i sistemi di mailing list istituzionali del Dipartimento.
2. Le competenze sono così distribuite:
 - i Referenti Comunicazione del Dipartimento, Prof.ssa Lippi e Prof. Sofi, in sinergia, sono responsabili della raccolta, validazione, calendarizzazione e pubblicazione dei contenuti.
 - l'Ufficio Comunicazione di UniFi è coinvolto per il coordinamento grafico, l'adeguamento alla brand identity, la supervisione finale (ove richiesto) e la conformità alle linee guida dell'Ateneo.
 - i docenti interessati forniscono ai Referenti: testo, immagini, eventuali link.
 - il Direttore del Dipartimento approva – su supporto dei Referenti Comunicazione – la linea editoriale generale e può definire le priorità di pubblicazione.



Art. 4 – Criteri editoriali

1. Tutti i contenuti devono essere veritieri, aggiornati, chiari e accessibili a tutti i componenti del dipartimento
2. Il tono comunicativo deve essere istituzionale ma al tempo stesso “accessibile”, in linea con la strategia digitale contemporanea dell’Ateneo.
3. Le immagini e i materiali di supporto devono rispettare l’identità visiva dell’Ateneo e del Dipartimento (logo UniFi, colori istituzionali, formati grafici). Per i canali social, vanno tenuti presenti i requisiti di leggibilità su dispositivi mobili e le linee guida social.
4. È opportuno evitare contenuti esclusivamente autoreferenziali e di promozione esclusiva della propria immagine: si dovrà infatti massimizzare e valorizzare l’impatto della notizia ai fini della ricerca, della collaborazione, della novità per il territorio, pro comunità scientifica, la divulgazione di contenuti scientifici e culturali
5. Vanno evitati contenuti potenzialmente lesivi della privacy, dell’immagine dei docenti, o con protagonisti non preventivamente autorizzati.

Art. 5 – Modalità di sottoposizione e validazione dei contenuti

1. Il docente che desidera pubblicare una notizia invia ai Referenti Comunicazione del Dipartimento un breve testo, una foto, eventuali link e/o allegati. La pubblicazione è a cura della Segreteria Amministrativa del DMSC.
2. I Referenti verificano che:
 - il contenuto sia conforme alla presente policy;
 - l’immagine rispetti i criteri di identità visiva;
 - presuppone che sia stata acquisita preventivamente la liberatoria d’immagine del docente e di eventuali terze persone presenti nella foto;
 - siano rispettate le normative su dati personali e proprietà intellettuale.

Art. 6 – Tempistiche e priorità

1. Le notizie di rilievo strategico (es. nomine importanti, finanziamenti competitivi, premi internazionali) godono di assoluta priorità.
2. I Referenti assicurano equilibrio tra le varie aree di ricerca e docenza del Dipartimento.

Art. 7 – Monitoraggio e misurazione

1. In linea con il Piano di Comunicazione UniFi che prevede la misurazione e l’analisi delle azioni digitali, i Referenti Comunicazione del Dipartimento formulano un report interno annuale nel mese di dicembre al Direttore del Dipartimento, con proposte di miglioramento dell’editoriale e delle modalità di comunicazione.
2. Il Dipartimento può insieme all’Ufficio Comunicazione di UniFi valutare eventuali campagne promozionali o contenuti “virali” in funzione degli obiettivi strategici.



Art. 8 – Responsabilità e conformità normativa

1. Il docente garantisce che il contenuto fornito non violi diritti di terzi (autore, proprietà intellettuale, immagini, privacy) e che è autorizzato a renderlo pubblicabile.
2. Il Dipartimento e i Referenti non si assumono responsabilità per contenuti forniti dai docenti che risultino inadempienti rispetto alle normative vigenti.
3. Il presente disciplinare deve essere coerente con le normative nazionali e comunitarie in materia di comunicazione pubblica, privacy (es. Regolamento UE 2016/679), diritto d'autore, e trasparenza.
4. In caso di segnalazione di contenuto lesivo o errato, i Referenti provvederanno tempestivamente alla rettifica o alla rimozione, informando il Direttore del Dipartimento e il RAD.

Art. 9 – Entrata in vigore e modifiche

1. Il presente disciplinare entra in vigore dalla data di approvazione del Consiglio di Dipartimento.
2. Le modifiche al disciplinare sono proposte dal Direttore del Dipartimento o su richiesta motivata dei Referenti Comunicazione e approvate dal Consiglio di Dipartimento